



Kintetsu 近鉄百貨店

株式会社 近鉄百貨店 2026年2月期 決算説明資料

2026年4月23日

株式会社近鉄百貨店

証券コード 8244



- | | |
|---------------------------------|-----|
| 1. 近鉄百貨店の強み | P 3 |
| 2. 2026年2月期 決算概要 | P10 |
| 3. 2027年2月期 業績予想 | P26 |
| 4. 中期経営計画(2025~2028年度)
の進捗状況 | P32 |

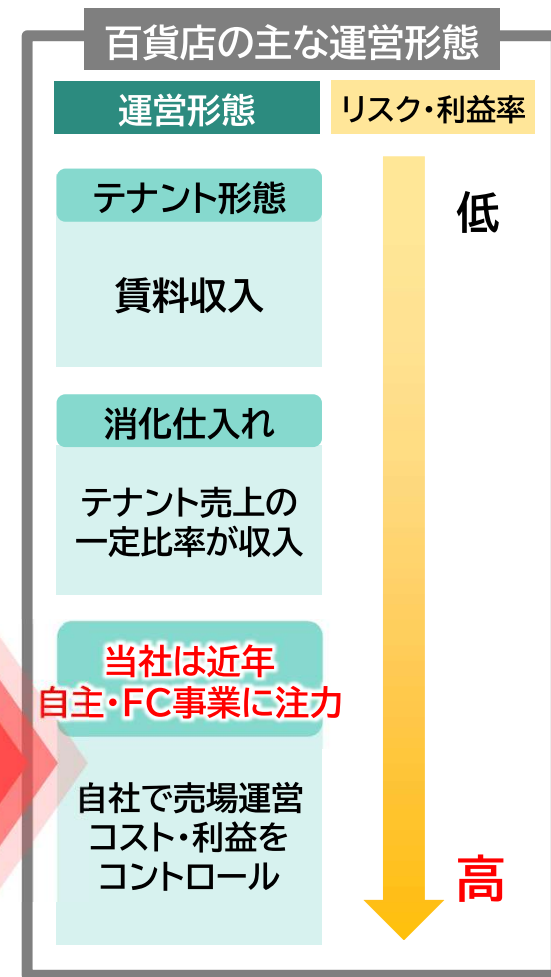
近鉄百貨店の強み



3つの強みを活かした独自の地域密着運営で、利益を創出

強み	特徴
<p>① 近畿を広範囲にカバー</p>	<p>あべの・天王寺エリアを起点とする広い商圈</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 近畿圏内のほぼ全域をカバー (奈良・和歌山・三重・滋賀にも出店) ■ あべのハルカス近鉄本店を起点とする「あべの・天王寺」エリア ■ 足元商圈からの安定集客と、広域からの集客が可能 <p>地域密着の外商</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 各地域店に配置、各地域のお客様のニーズに対応

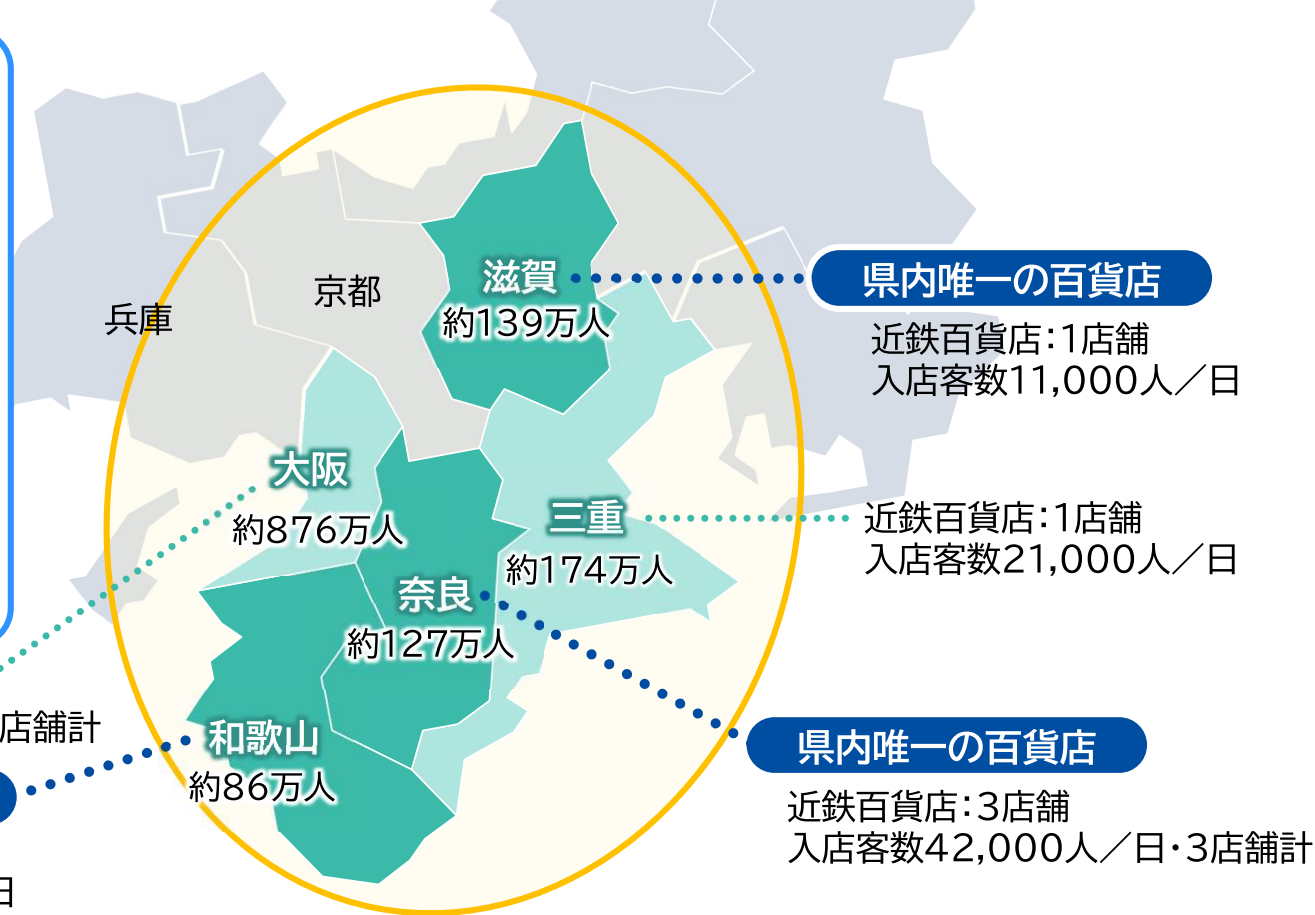
利益創出の源泉	<p>② 食の近鉄</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 商品別売上高の構成は、食料品が30%以上 ■ デイリーユースのニーズが高い(地域店が多いことも寄与)
	<p>③ 多彩な運営形態</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 食・雑貨・サービスなど多彩なFC事業を展開し、利益率を向上 ■ テナント・自主・FCなど運営形態の特徴を活かし、魅力ある店舗づくりとスピーディーな構造改革を推進



近畿1府4県に店舗を構え、近畿圏ほぼ全域をカバー
各店舗に外商機能を配置、地域密着の外商が各地域のお客様ニーズに対応

近鉄百貨店の特徴

- 都市型旗艦店1店舗、地域店8店舗、商業施設3店舗を運営
- 近畿圏で最も広範囲に店舗を持つ百貨店
 - ・ 近畿2府5県のうち、1府4県に店舗あり
 - ・ ・うち3県では唯一の有力百貨店
 - ・ 全店舗が駅前立地で利便性が高い
- 各店舗に外商員を配置し、関西一円の富裕層をカバー
- 旗艦店ハルカス本店の商品力を、地域店を拠点に各県顧客へも展開



1府4県の総人口
約1,400万人

あべの・天王寺エリアは関西有数のターミナルのひとつとしてキタ・ミナミとは違う「個性」を確立

	あべの・天王寺	なんば	梅田
乗降客数/日	約68万人	約73万人	約182万人
居住人口	約6,400人	約4,900人	約2,200人

→ あべの・天王寺エリアは大阪第3のターミナルであることに加え、居住地区でもある



あべの・天王寺エリア

特徴

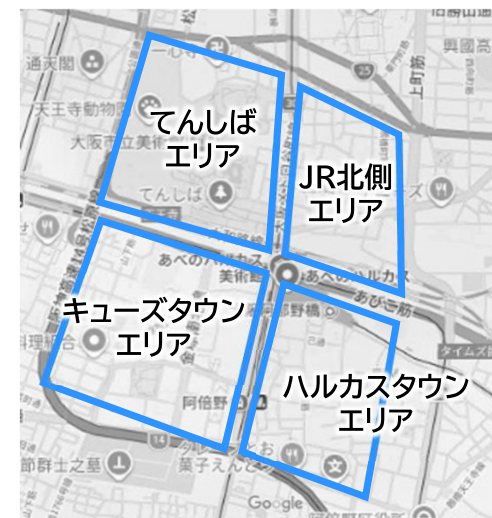
- 都会のターミナルでありながら、緑や文化を有する、大阪市内でも有数の文教地区(日本仏法最古の官寺「四天王寺」、美術館、動物園、大型公園など)
- 足元商圈には大規模居住地区が広がり、人と歴史が調和・共生

30分以内で
ダイレクトアクセス

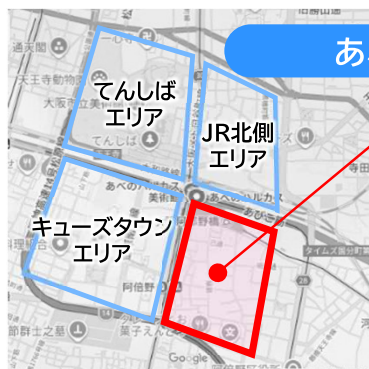
新幹線停車駅、関西国際空港・伊丹空港へは30分以内でダイレクトアクセス可能

1日平均約68万人
が行きかうターミナル

4路線 (近鉄線、JR線、大阪メトロ、阪堺線)が乗り入れる関西有数のターミナル



旗艦店「あべのハルカス近鉄本店」は「あべの・天王寺エリア」の最重要拠点として集中投資



あべの・天王寺エリア

ハルカスタウンエリア

- あべのハルカス近鉄本店
- Hoop
- and
- あべのウェルビーイングテラス

交流人口も定住人口も
1日を過ごすことができるエリアへ
⇒あべの・天王寺エリア「連携」の推進・強化

近鉄グループや周辺商業施設、地元企業等との
連携をさらに推進

ええやんまちフェス

2019年12月スタート。
あべの・天王寺エリアの企業・団体が 結集し、
毎月21日にエリア各施設で実施
するマルシェやイベントを
「ええやんまちフェス」の
総称で告知・開催すること
で、エリアの活性化に取り組む



あべのハルカス

超高層
複合ビル

- 高さは300m
- 百貨店、美術館、ホテル、展望台などが集積
- 1日に10万人以上が訪れる集客拠点



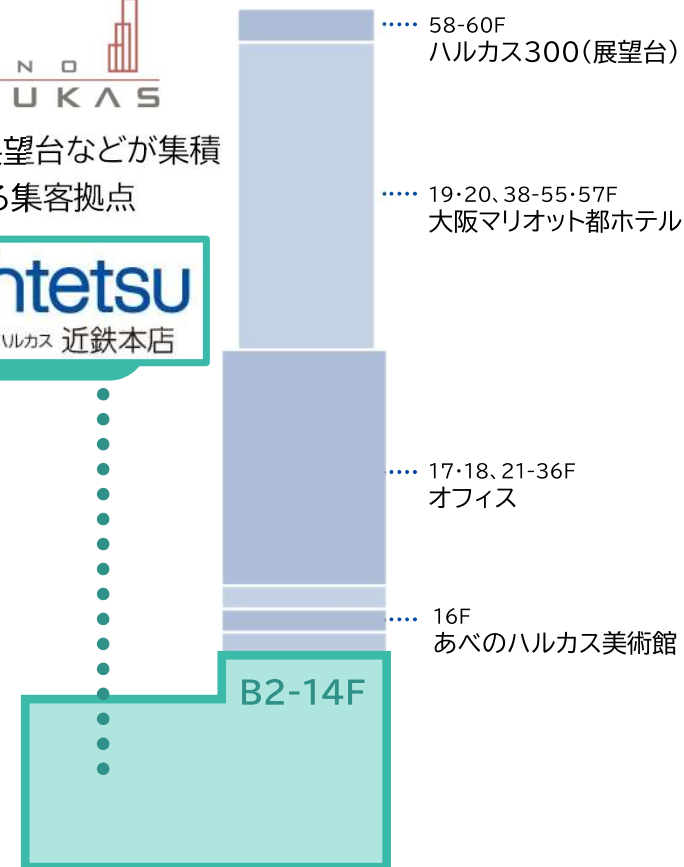
あべのハルカス近鉄本店

営業面積日本一

営業面積10万㎡で日本最大規模の
百貨店

モノ・コト・ヒトとの出会いが
暮らしを彩る「街のような場」

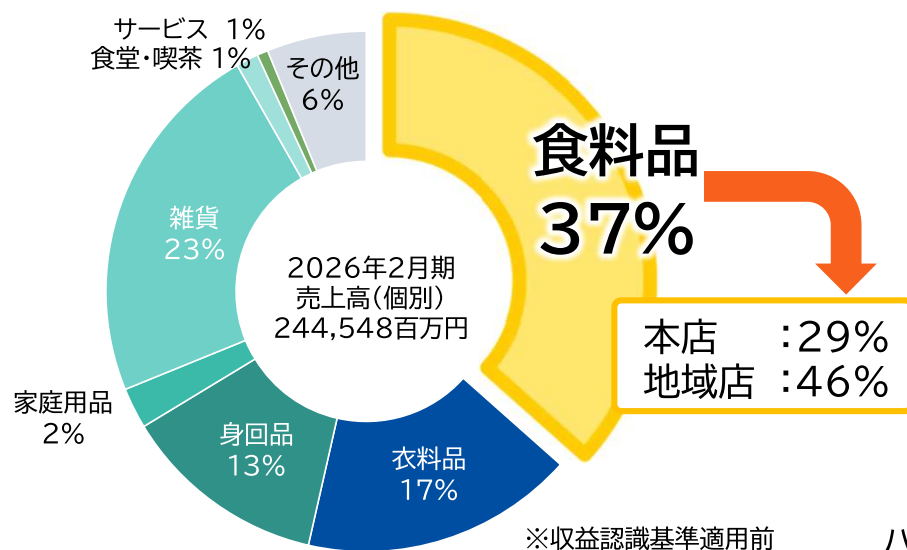
お買い物目的がなくても立ち寄れる
「街のような場」を実現



デイリーユースのニーズが高く、食料品売場が売上に大きく貢献
近鉄百貨店独自の売場づくりにより他社との差別化をすすめる

- お客様の“デパ地下”に対する信頼、期待度は非常に高く、同業他社や小売他社との差別化が店の強化に寄与
- 商品別売上構成では食料品が最大で、売上構成の30%強を占める
- 「あべの・天王寺エリア」は都市部にありながら生活圏も近く、地域店も併せデイリーユースのニーズが高い
- 地域産品や、近鉄電車沿線の新鮮な食材を揃えた独自の売場を常設し、毎日の食を支える

商品別総額売上高構成比



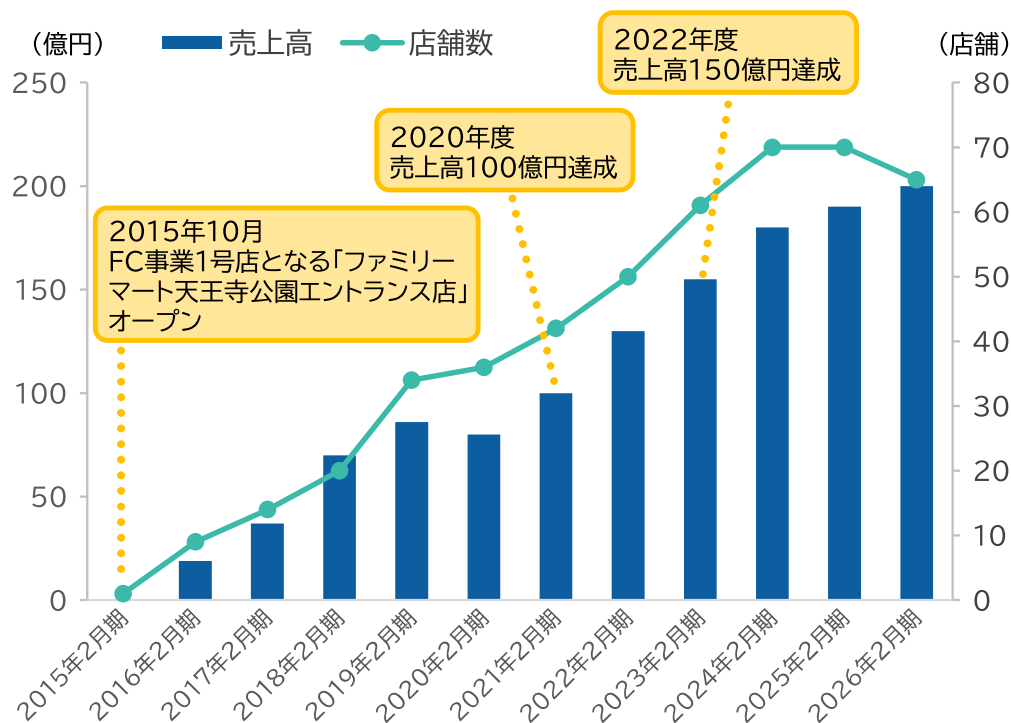
ハルチカマルシェ(あべのハルカス近鉄本店内)



「大和路」ショップ(奈良店内)

FC事業を中心に、収益性の高い自主事業を強化 自ら店舗を運営するノウハウを活かし、各店舗の魅力向上と全社の利益率向上に寄与

FC事業 売上高・店舗数推移 (単位:億円・店舗)



※収益認識基準適用前

主なFC事業一例



成城石井



ハンズ



オンデーズ



スカイテラス

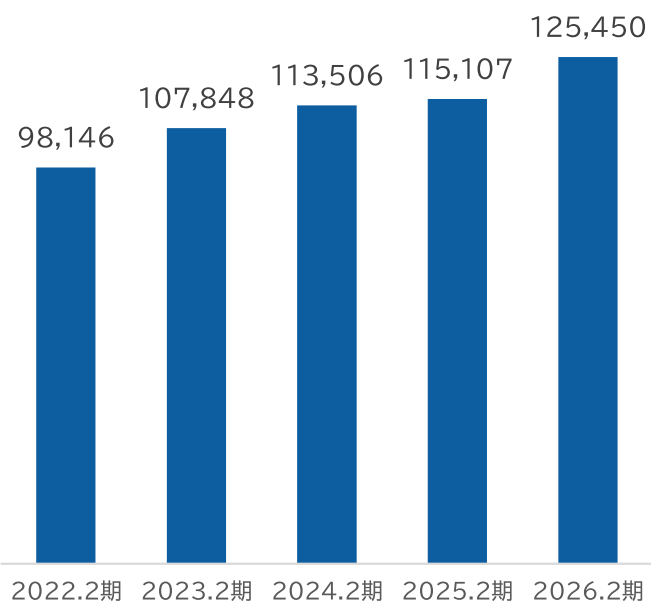
2026年2月期 決算概要



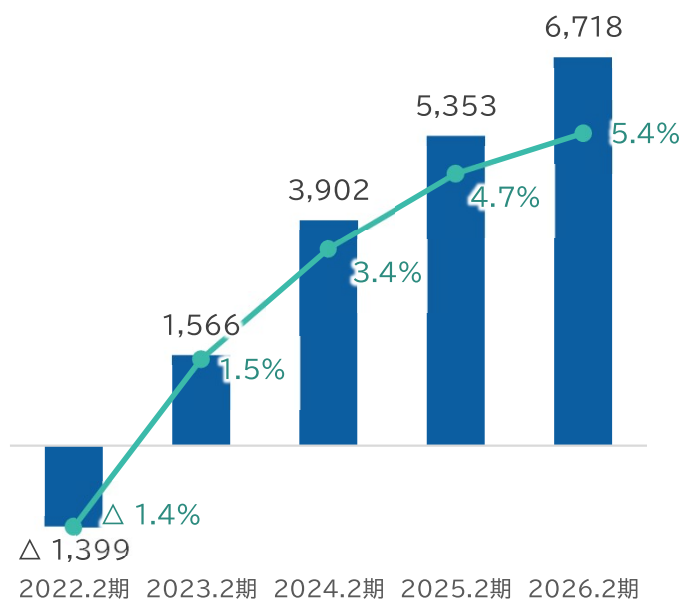
2026年2月期 連結業績ハイライト

- 百貨店業が牽引し、各段階利益で増益
- 中期経営計画の最終年度2028年度の連結営業利益目標65億円を達成

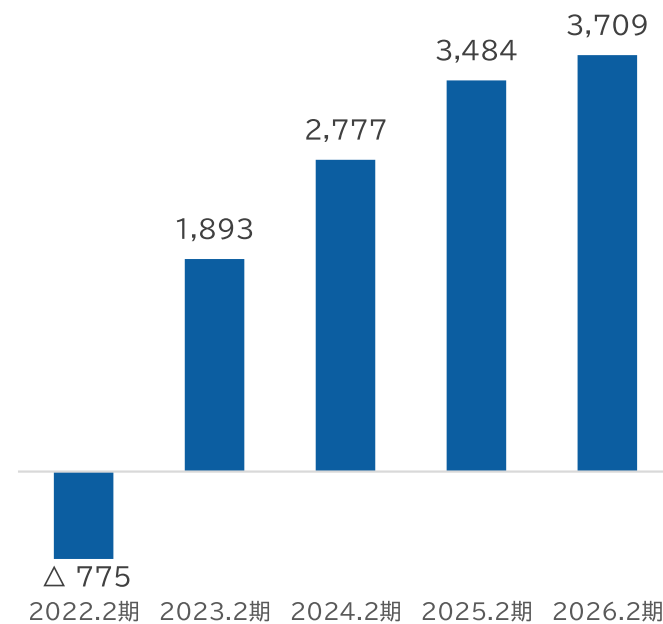
売上高 (単位:百万円)



営業利益・営業利益率 (単位:百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益 (単位:百万円)



2026年2月期 連結業績

- 大阪・関西万博オフィシャルストア出店により増収増益
- 名古屋店(近鉄パッセ)閉店に伴う受取補償金(特別利益)を計上
- 四日市店と奈良店の店舗資産について減損損失(特別損失)を計上

(単位:百万円)

	2025年2月期	2026年2月期	対前年増減額	対前年増減率	増減要因
売上高	115,107	125,450	+10,342	+9.0%	近百10,138、近創735 シュテルン近鉄172、Kサポート△1,272
売上総利益	58,166	63,768	+5,602	+9.6%	近百5,314、Kサポート△191
売上総利益率	50.5%	50.8%		+0.3%	
販管費	52,812	57,049	+4,237	+8.0%	近百3,519、Kサポート△157
販管費率	45.9%	45.5%		△0.4%	
営業利益	5,353	6,718	+1,364	+25.5%	近百1,794、シュテルン近鉄△159
営業利益率	4.7%	5.4%		+0.7%	
営業外収益	1,275	1,336	+61	+4.8%	
営業外費用	1,480	1,442	△38	△2.6%	
経常利益	5,148	6,613	+1,464	+28.5%	近百1,775、シュテルン近鉄△166
特別利益	232	5,473	+5,240	—	(本年)受取補償金4,531、投資有価証券売却益942 (前年)投資有価証券売却益232
特別損失	420	6,097	+5,677	—	(本年)減損損失4,314、店舗閉鎖損失1,330 固定資産除却損等452 (前年)支払補償費276、固定資産除却損等144
親会社株主に帰属する当期純利益	3,484	3,709	+224	+6.4%	

連結業績推移

- コロナ禍脱却後、売上高・各段階利益とも好調に推移
- 2026年2月期の営業利益と経常利益は、過去最高益となった愛・地球博にオフィシャルストアを出店した2006年2月期に次ぐ水準

(単位:百万円)

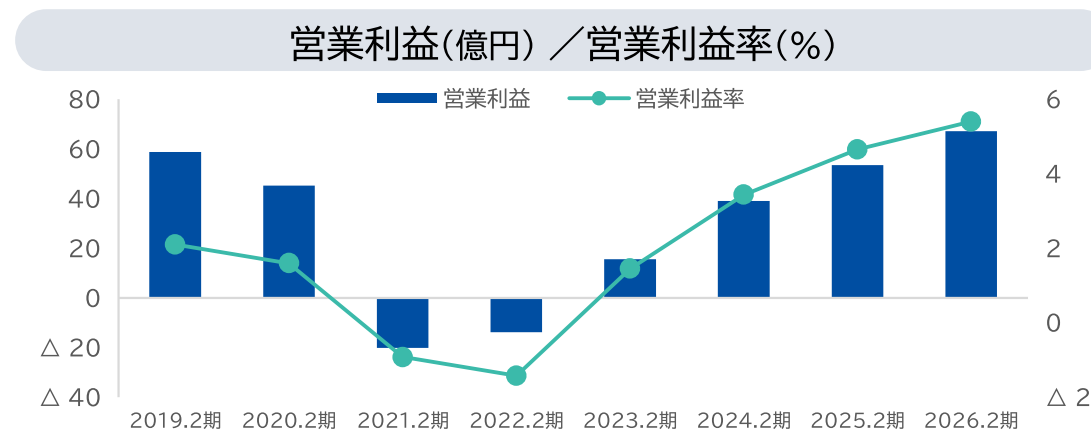
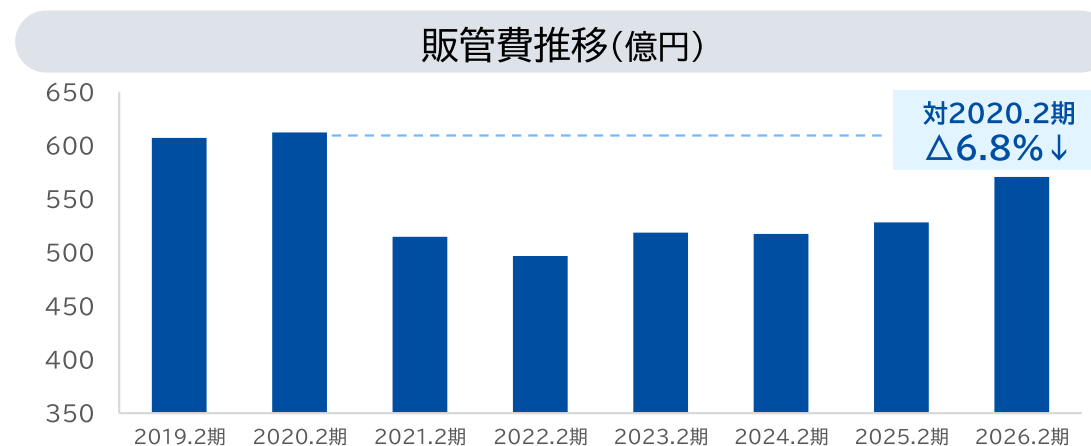
	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期	<参考> 2006年2月期 ※収益認識基準適用以前
財務数値						
売上高	98,146	107,848	113,506	115,107	125,450	323,303
売上総利益	48,289	53,440	55,634	58,166	63,768	81,296
売上総利益率	49.2%	49.6%	49.0%	50.5%	50.8%	25.1%
販管費	49,689	51,873	51,731	52,812	57,049	74,572
販管費率	50.6%	48.1%	45.6%	45.9%	45.5%	23.0%
営業利益	△1,399	1,566	3,902	5,353	6,718	6,723
営業利益率	△1.4%	1.5%	3.4%	4.7%	5.4%	2.1%
経常利益	△572	1,945	3,864	5,148	6,613	6,723
親会社株主に帰属する当期純利益	△775	1,893	2,777	3,484	3,709	2,743
主な財務指標						
ROE	△2.3%	5.6%	7.7%	9.2%	8.8%	17.7%
自己資本比率(%)	27.9%	29.2%	32.3%	33.7%	36.7%	9.6%

- 2020年度からコスト構造改革による販管費の圧縮を推進(2026年2月期は大阪・関西万博関連費用が増加)
- 費用コントロールにより、営業利益、営業利益率の改善がすすんでいる

※2022年2月期から収益認識基準適用

単位:百万円

	2026年2月期	対前年 増減額	対前年 増減率
人件費	17,957	+261	+1.5%
物件費	4,938	+168	+3.5%
宣伝費	904	+87	+10.7%
諸費	15,378	+3,625	+30.8%
賃借料	11,765	+52	+0.4%
減価償却費	4,828	△37	△0.8%
諸税	1,276	+78	+6.6%
販管費計	57,049	+4,237	+8.0%



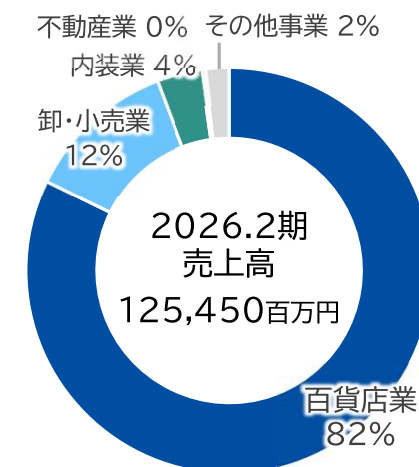
2026年2月期 セグメント別業績

- 卸・小売業では、シュテルン近鉄が中古車販売が好調で増収となったものの益率の低下などにより減益
- 内装業では、近創のホテル工事受注が引き続き好調
- その他事業では、Kサポートが2025年2月期第3四半期より連結除外

単位:百万円

	百貨店業	卸・小売業	内装業	不動産業	その他事業	計	調整額	連結財務諸表計上額
売上高 外部顧客への売上高	103,168	15,024	4,470	340	2,446	125,450	-	125,450
セグメント間の内部売上高又は振替高	57	711	2,511	50	1,541	4,872	△4,872	-
計	103,225	15,736	6,981	391	3,988	130,323	△4,872	125,450
セグメント利益	5,692	196	788	241	57	6,976	△257	6,718

セグメント別売上高構成

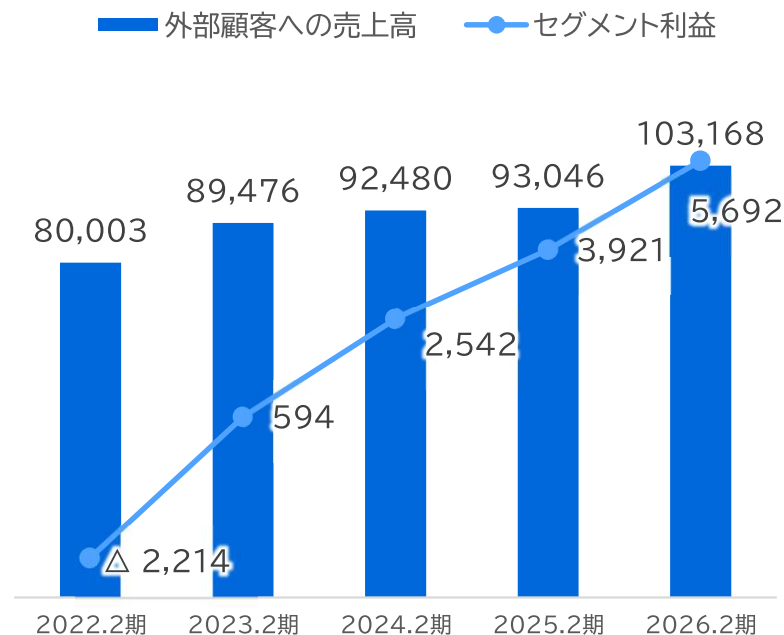


百貨店業

- コロナ禍脱却後、メインセグメントの百貨店業は順調に回復

単位:百万円

	2022年 2月期	2023年 2月期	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期	対前年 増減率
外部顧客への 売上高	80,003	89,476	92,480	93,046	103,168	+10.9%
セグメント 利益	△2,214	594	2,542	3,921	5,692	+45.2%

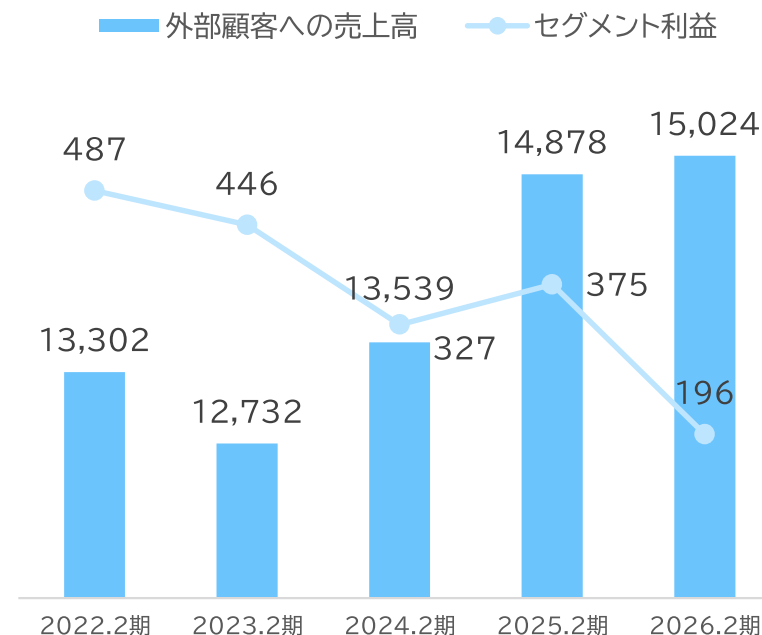


卸・小売業

- シュテルン近鉄・・・販売台数の増加により売上増加も益率は低下傾向
- ジャパンフーズクリエイト・・・サーモン等海産物価格の上昇により受注量が減少

単位:百万円

	2022年 2月期	2023年 2月期	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期	対前年 増減率
外部顧客への 売上高	13,302	12,732	13,539	14,878	15,024	+1.0%
セグメント 利益	487	446	327	375	196	△47.5%

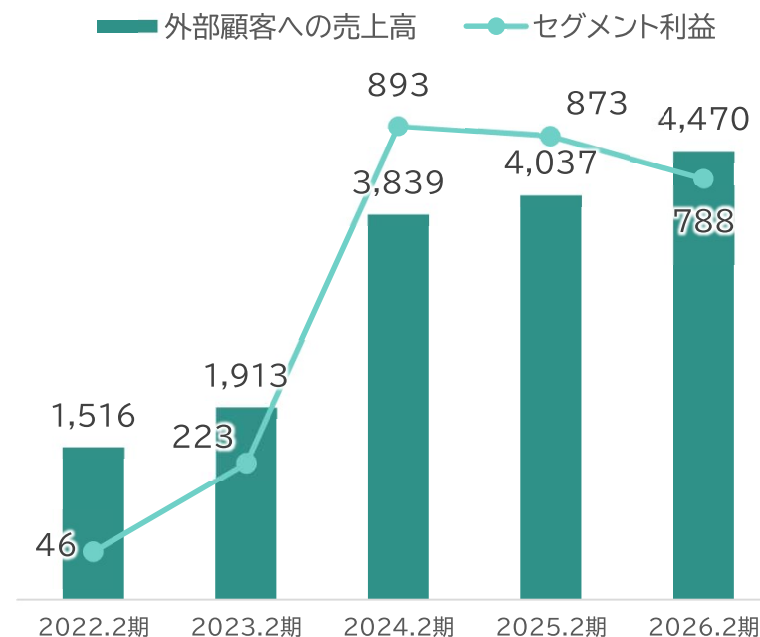


内装業

- 近創・・・ホテル関係で外部顧客の取り込みに成功し受注増加

単位:百万円

	2022年 2月期	2023年 2月期	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年 2月期	対前年 増減率
外部顧客への 売上高	1,516	1,913	3,839	4,037	4,470	+10.7%
セグメント 利益	46	223	893	873	788	△9.7%



連結貸借対照表

■ 自己資本比率は3.0ポイント増の36.7%

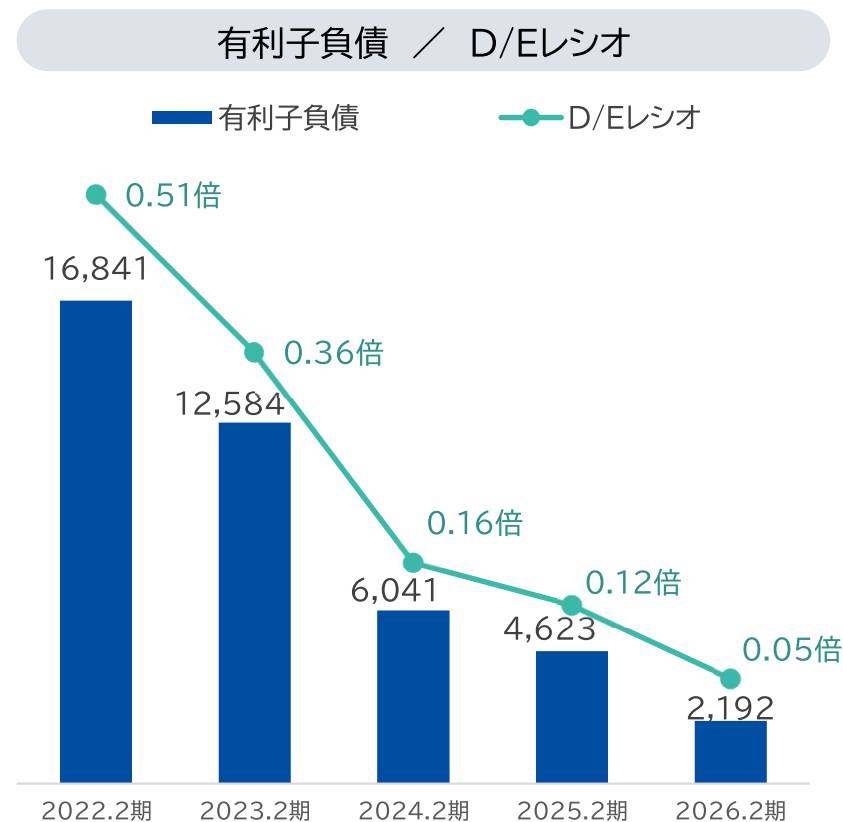
単位:百万円

	2025年2月期	2026年2月期	増減額	増減要因
流動資産	27,883	41,065	+13,181	現金及び預金や短期貸付金などによる増
固定資産	86,504	83,683	△2,821	減損損失などによる減
資産合計	114,388	124,749	+10,360	
流動負債	71,890	74,746	+2,855	仕入債務や未払法人税などによる増
固定負債	3,921	4,178	+256	
負債合計	75,812	78,924	+3,112	
純資産合計	38,576	45,825	+7,248	
うち利益剰余金	15,072	18,002	+2,929	親会社株主に帰属する当期純利益による増
うち自己株式	△2,975	△219	+2,756	株式需給緩衝信託 ^① による自己株式の売却
うちその他の包括利益累計額	2,461	4,179	+1,718	
負債・純資産合計	114,388	124,749	+10,360	
有利子負債残高	4,623	2,192	△2,431	

連結有利子負債の推移

- コロナ禍脱却後の業績回復により、着実に有利子負債を削減

	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
有利子負債 (単位:百万円)	16,841	12,584	6,041	4,623	2,192
D/Eレシオ	0.51倍	0.36倍	0.16倍	0.12倍	0.05倍



2026年2月期 個別業績 ※収益認識基準適用前

■ 大阪・関西万博オフィシャルストア出店により増収増益

単位：百万円、%

	2025年2月期	2026年2月期	対前年増減額	対前年増減率	増減要因
売上高	239,075	244,548	+5,472	+2.3%	
売上総利益	55,662	60,927	+5,264	+9.5%	
売上総利益率	23.3	24.9		+1.6%	
販管費	51,457	54,927	+3,469	+6.7%	
販管费率	21.5	22.5		+1.0%	
営業利益	4,205	6,000	+1,794	+42.7%	
営業利益率	1.8	2.5		+0.7%	
営業外収益	1,736	1,791	+54	+3.2%	
営業外費用	1,946	2,018	+72	+3.7%	
経常利益	3,995	5,772	+1,777	+44.5%	
特別利益	431	5,473	+5,041	—	(本年)受取補償金4,531、投資有価証券売却益942 (前年)投資有価証券売却益232 関係会社株式売却益198
特別損失	442	6,189	+5,747	—	(本年)減損損失4,356、店舗閉鎖損失1,333 固定資産除却損等500 (前年)支払補償費276、固定資産除却損等165
当期純利益	3,103	3,109	+5	+0.2%	

〈参考〉2026年2月期 個別業績推移 ※収益認識基準適用前

■ 2026年2月期の営業利益、経常利益は過去最高益

単位:百万円

	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
売上高	204,697	228,786	237,452	239,075	244,548
売上総利益	47,332	52,660	54,166	55,662	60,927
販管費	49,206	51,764	51,326	51,457	54,927
営業利益	△1,873	895	2,839	4,205	6,000
営業外収益	2,453	2,128	1,947	1,736	1,791
営業外費用	1,936	1,914	2,175	1,946	2,018
経常利益	△1,356	1,108	2,611	3,995	5,772
特別利益	932	146	979	431	5,473
特別損失	1,276	173	990	442	6,189
当期純利益	△1,149	1,489	2,149	3,103	3,109

〈参考〉インバウンド需要(免税売上高)推移 ※収益認識基準適用前

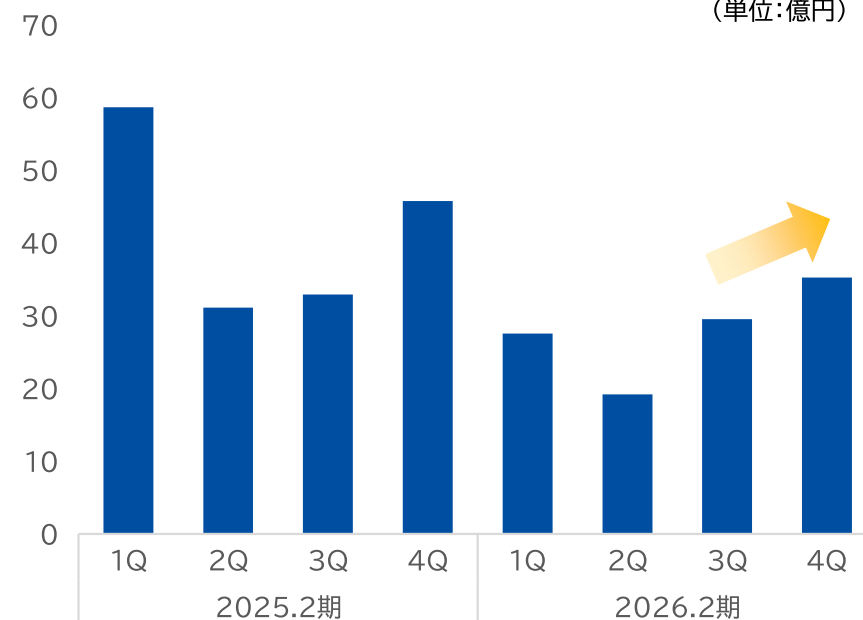
- 上半期は前年の反動減顕著
- 2025年11月からVIP顧客囲い込み施策を開始し回復基調

(単位:百万円)

	2025年2月期	2026年2月期	対前年増減率
免税売上高	16,866	11,172	△33.8%
うち あべのハルカス近鉄本店	15,878	10,464	△34.1%
免税件数(千件)	134	123	△7.9%
免税売上シェア	7.1%	4.6%	—

免税売上高推移

(単位:億円)

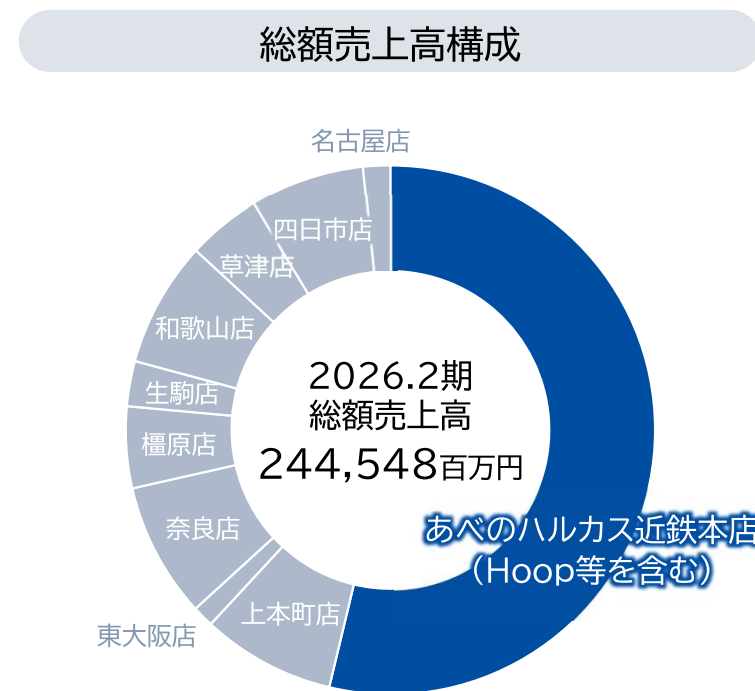


〈参考〉2026年2月期 店別総額売上高 ※収益認識基準適用前

- 地域店売上高が半分のシェアを占める
- 地域店はテナント化の影響で減収も、客数は1.9%増

単位:百万円

	2025年2月期	2026年2月期	対前年増減額
あべのハルカス近鉄本店 (Hoop等を含む)	124,292	131,348	+7,055
上本町店	20,348	19,965	△382
東大阪店	3,083	3,188	+104
奈良店	20,591	20,209	△381
橿原店	12,155	12,181	+26
生駒店	6,651	6,752	+100
和歌山店	18,999	18,767	△232
草津店	10,889	11,016	+127
四日市店	17,162	17,066	△95
名古屋店	4,902	4,052	△850
地域店計	114,783	113,200	△1,583
合計	239,075	244,548	+5,472
(参考)あべのハルカス近鉄本店	108,826	104,565	△4,260



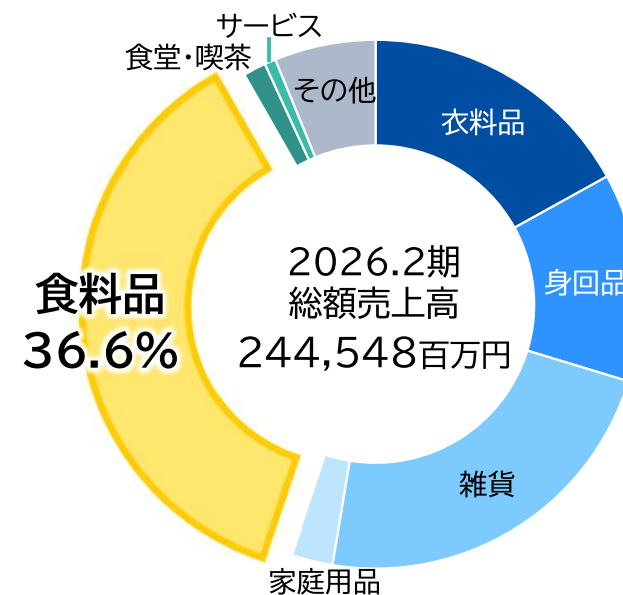
〈参考〉2026年2月期 商品別総額売上高 ※収益認識基準適用前

■ 売上高の3割強を占める食料品が好調

単位:百万円

	2025年2月期	2026年2月期	構成比	対前年増減率
衣料品	44,088	41,537	17.0%	△5.8
身回品	36,708	31,121	12.7%	△15.2
雑貨	47,870	55,958	22.9%	+16.9
家庭用品	5,983	6,246	2.5%	+4.4
食料品	84,258	89,483	36.6%	+6.2
食堂・喫茶	4,210	3,430	1.4%	△18.5
サービス	1,546	1,648	0.7%	+6.6
その他	14,411	15,122	6.2%	+4.9
合計	239,075	244,548	100.0%	+2.3

商品別総額売上高構成



2027年2月期 業績予想

2027年2月期 業績予想(連結)

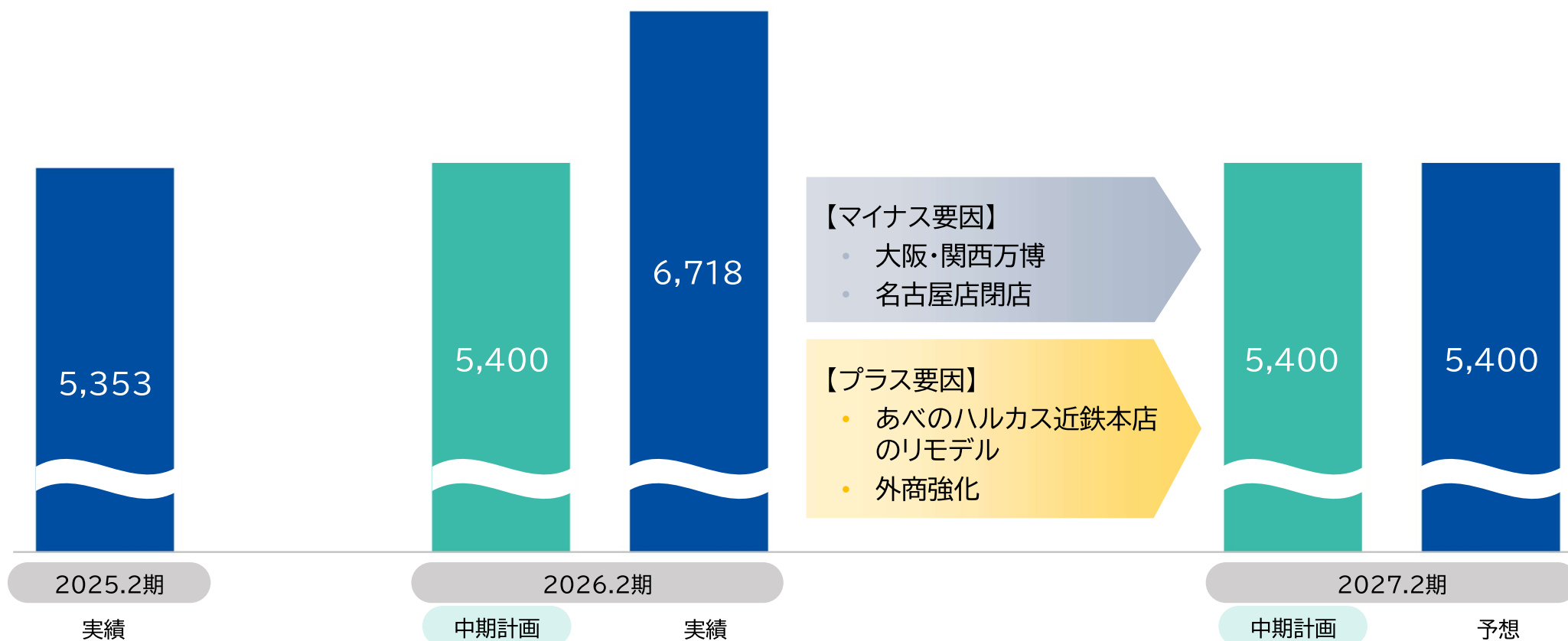
(単位:百万円)

	2026年2月期 第2四半期(累計)	2027年2月期 第2四半期(累計) 予想	増減額	増減率
売上高	62,546	56,000	△6,546	△10.5%
営業利益	2,620	1,800	△820	△31.3%
経常利益	2,630	1,700	△930	△35.4%
純利益	3,580	1,000	△2,580	△72.1%

	2026年2月期 通期	2027年2月期 通期 予想	増減額	増減率
売上高	125,450	115,000	△10,450	△8.3%
営業利益	6,718	5,400	△1,318	△19.6%
経常利益	6,613	5,200	△1,413	△21.4%
純利益	3,709	3,700	△9	△0.2%

2027年2月期 通期業績予想(営業利益)の増減要因

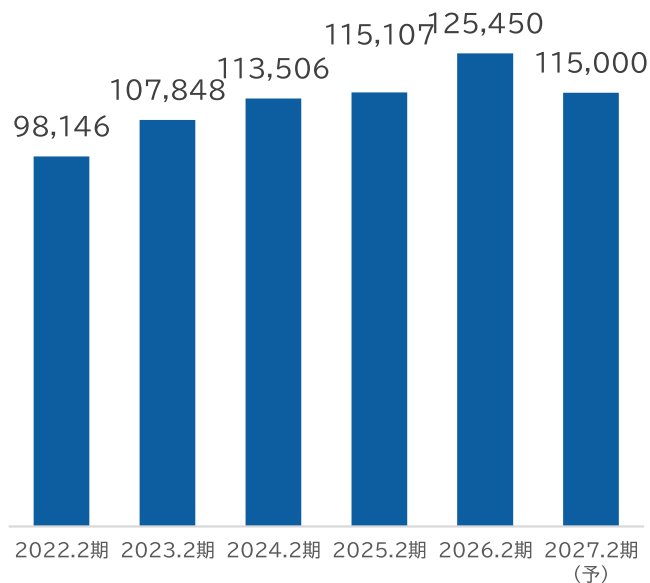
- 大阪・関西万博や名古屋店閉店といった特殊要因の影響はあるものの、あべのハルカス近鉄本店を中心とした改装や外商の増収を見込み、営業利益54億円を計画(中期経営計画の想定どおり)



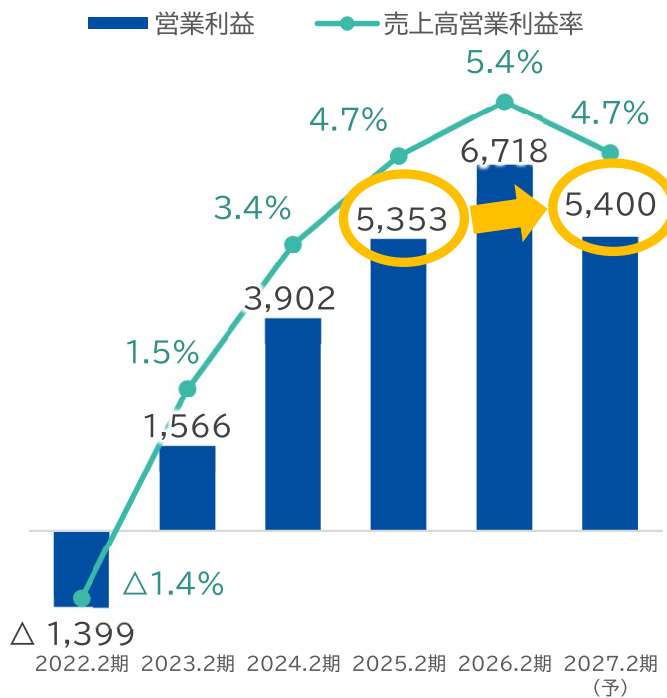
連結業績の推移と予想

- 特殊要因(大阪・関西万博や名古屋店の閉店)を除いたベースの売上高は堅調に推移すると予想

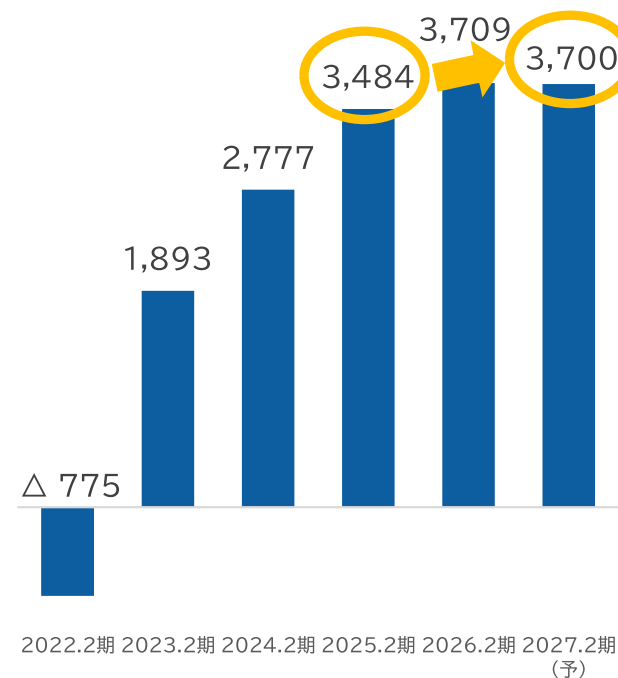
売上高 (単位:百万円)



営業利益・営業利益率 (単位:百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益 (単位:百万円)



2027年2月期 業績予想(個別)

(単位:百万円)

	2026年2月期 第2四半期(累計)	2027年2月期 第2四半期(累計) 予想	増減額	増減率
売上高 (収益認識基準適用前)	52,129 (118,630)	45,200 (111,400)	△6,929 (△7,230)	△13.3% (△6.1%)
営業利益	2,361	1,600	△761	△32.2%
経常利益	2,499	1,400	△1,099	△44.0%
純利益	3,516	800	△2,716	△77.3%
	2026年2月期 通期	2027年2月期 通期 予想	増減額	増減率
売上高 (収益認識基準適用前)	104,768 (244,548)	93,000 (230,900)	△11,768 (△13,648)	△11.2% (△5.6%)
営業利益	6,001	4,700	△1,301	△21.7%
経常利益	5,770	4,300	△1,470	△25.5%
純利益	3,107	3,200	+93	+3.0%

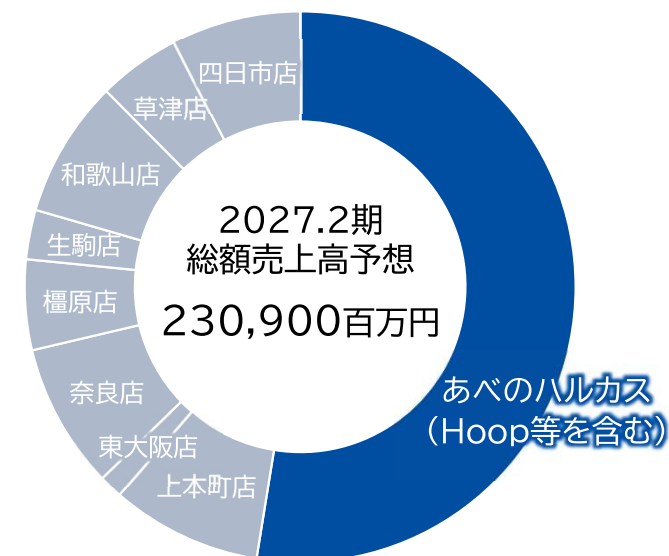
〈参考〉2027年2月期 店別総額売上高 ※収益認識基準適用前

■ 地域店計は増収の見通し、本店単独でもプラスの予想

単位:百万円

	2026年2月期	2027年2月期 予想	対前年増減額
あべのハルカス近鉄本店 (Hoop等を含む)	131,348	121,278	△10,070
上本町店	19,965	20,469	+503
東大阪店	3,188	3,208	+20
奈良店	20,209	19,633	△575
橿原店	12,181	12,289	+108
生駒店	6,752	6,707	△45
和歌山店	18,767	18,641	△125
草津店	11,016	11,144	+127
四日市店	17,066	17,527	+460
地域店計	109,148	109,622	+474
名古屋店	4,052	-	△4,052
合計	244,548	230,900	△13,648
(参考)あべのハルカス近鉄本店	104,565	105,597	+1,031

店別総額売上高構成



中期経営計画(2025~2028年度)の 進捗状況

中期経営計画の進捗状況 数値目標のポイント

- 最終年度(2028年度)の営業利益65億円、ROE9.0%以上の達成に向け、「百貨店事業の進化」と「徹底したコスト運営」を両軸とする4つの重点施策を着実に実行

数値目標

最終年度(2028年度)営業利益は**65億円**へ

連結	前・中期経営計画		中期経営計画(2025~2028年度)	
	2024年度 実績	2025年度 実績	2026年度 計画	2028年度 計画
営業利益	53億円	67億円	54億円	65億円
ROE	9.2%	8.8%	7.8%	9.0%以上
(ご参考) ROIC	8.6%	10.2%	7.6%	9.0%以上

・現時点での認識:株主資本コスト … 5.0%~6.0%

※新リース会計基準適用前

設備投資

成長投資200億円を投じ、あべの・天王寺エリアの魅力最大化による集客・売上増と、DX・人財投資による高収益体質への転換を実現

中期経営計画 4年間の総額 (2025年度～2028年度)				初年度	2025年度 実績	2026年度 計画	
設備投資	成長投資 ＜計画＞ 約200億円	改装投資	<ul style="list-style-type: none"> ハルカス本店 50億円 あべの・天王寺 20億円～ その他店舗 30億円 あべの・天王寺エリア 総投資： 約100億円	成長投資	改装投資	<ul style="list-style-type: none"> ハルカス本店 5億円 あべの・天王寺 6億円 その他店舗 5億円 計16億円	<ul style="list-style-type: none"> ハルカス本店 9億円 あべの・天王寺 2億円 その他店舗 11億円 計22億円
		その他成長投資	<ul style="list-style-type: none"> DX投資 20億円～ 業務改革等 ～50億円 		その他成長投資	<ul style="list-style-type: none"> DX投資 3億円 業務改革等 1億円 関係会社 12億円 計16億円	<ul style="list-style-type: none"> DX投資 11億円 業務改革等 6億円 関係会社 11億円 計28億円
	更新投資 ＜計画＞ 約150億円	施設工事・システム投資	<ul style="list-style-type: none"> 建物改修等 100億円 既存システム更新等 50億円 	更新投資	施設工事・システム投資	<ul style="list-style-type: none"> 建物改修等 11億円 既存システム更新等 4億円 関係会社 2億円 計17億円	<ul style="list-style-type: none"> 建物改修等 27億円 既存システム更新等 3億円 関係会社 1億円 計31億円
				合計49億円		合計81億円	

1. 「百**価**店事業」への進化
2. 新たな事業ポートフォリオへの種まき
3. 将来への基盤整備
4. 「資本コストや株価を意識した経営」の実現

1. 「百**価**店事業」への進化
2. 新たな事業ポートフォリオへの種まき
3. 将来への基盤整備
4. 「資本コストや株価を意識した経営」の実現

重点施策 1. 「百価店事業」への進化

旗艦店 あべのハルカス近鉄本店「リモデル」

「毎日が楽しい」「何度も行きたくなる」デパ地下の構築

食品売場の約3割以上をリニューアル

■ お客さまの支持が高い「惣菜」「菓子」の強化

- 足元商圈から近鉄沿線顧客まで、幅広く支持を得ている「惣菜」「菓子」売場を拡大
- 惣菜は売場内の厨房機能を移設し、面積・ショップ数を拡大
- 取引先と連携し、「ハルカスならではの」新たなブランドや商品を共同開発

定住人口の多い
足元商圈の強みを活かす



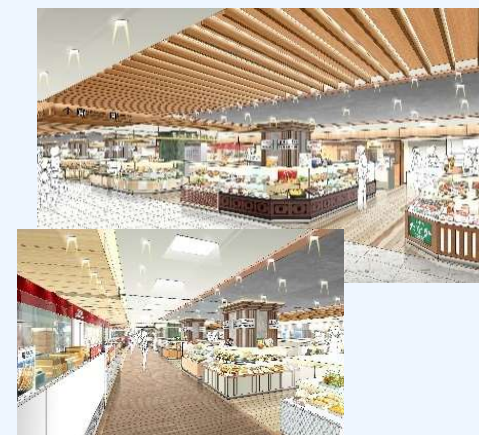
広域から
顧客を集客

食料品売場のリニューアル

- 2025年6月 洋菓子売場 (対前年: 7%増↑ ※2025年6月~2026年2月)
 - 関西初店舗を含む9ブランドがオープン
- 2026年2・4月 惣菜売場 (対前年: 10%増↑ 目標 ※2026年度)
 - フロアの約6割を改装。
 - 全国初登場など、計16ショップが新たに登場し、関西No.1のブランド数に
- 2026年秋~2027年春... 菓子売場
- 2027年..... 生鮮食品売場(予定)



▲ 洋菓子売場



▲ 惣菜売場イメージ

旗艦店 あべのハルカス近鉄本店「リモデル」

「ハルカスならではの」「近鉄グループならではの」による価値を生み出す

ハルカス・ニッポン博覧会

背景

- 地域資源の活用と持続可能な地域経済の構築
- 体験や歴史・文化を伝える「コミュニティハブ」としての役割

2026年「地域創生プロジェクト」スタート

あべのハルカス近鉄本店にて開催 目標: 来店客数 10%増



① 全館を使用した大型催事の実施

- 1つの都道府県にスポットを当て、フロアをまたぎ全館で地域の魅力を「まるごと」発信するイベント
- 特産品の販売、工芸品や歴史の展示、イベントなどモノ・コト・情報の発信
- 近鉄グループと連携し、各地方への旅行案内や移住相談なども実施

② 継続的な商品販売

- 中元、歳暮ギフトでの展開や、当社ネットショップでの販売

魅力ある新たなコンテンツ

オリックス・バファローズ公認ショップ

3/18
オープン



常設店舗は
全国3店舗目

客層を広げ
来店を増やす

近鉄グループ連携

- 関西を中心にスーパーマーケットを展開する近商ストアと取り組む新業態「ハーベスデリ」
- 「ハルカス・ニッポン博覧会」でのグループ連携

重点施策 1. 「百貨店事業」への進化

旗艦店 あべのハルカス近鉄本店「リモデル」

2026～28年にかけて「多様性」と「共感」を軸に中・上層階のリモデルに着手

ファッションフロアを中心に続々と新しい価値を提供する売場が誕生

体験・サービス

2027年 ビューティーウェルネスゾーン

- いつまでも美しく健康でいたい人に向けたワンストップ型のビューティー・ウェルネスゾーン
- 「知る・試す・感じる・選ぶ・整える」の循環を生み出し継続して来店したくなる

2027年 次世代ファッションフロア

- ジェンダー、トレンド、国にとらわれない次世代顧客がターゲット
- ファッション感度が高いモード系・インポートアパレルやライフスタイルを扱う自主編集売場

2026年 パーソナルコンシェルジュ

- 一人ひとりの悩みや好みに寄り添い「似合う・楽しむ・整える」を繋ぐサービスを提供

2026～2027年 「あそび・まなび・体験」の子どもフロア

- 物販にとどまらない「あそび」「まなび」「体験」機能を備えた子どもフロア
- 推し活フロアやレストランフロアとも連携し、家族3世代が一緒にいるけど自由に過ごせる時間を提供

2027～2028年 “好き！”を起点とした推し活フロア

- 来店のきっかけとなる「没入体験」、共感や拡散を生む「推し活」、好きの熱量をさらに高める「収集・コレクション」の3つを軸に構成されたフロア
- 大人から子どもまで多世代を惹きつける

2026年 地方創生

- 日本を旅するように、地域と出会う「ハルカスニッポン博覧会」
- 催会場だけでなく全館を使った大イベント

重点施策 1. 「百貨店事業」への進化

あべの・天王寺エリアの魅力最大化

異なる館の役割・機能により「ハルカスタウン」を醸成

※4館合計:約13万㎡



あべの・天王寺エリアで、4カ年計 総額100億円の投資を計画

スポーツ・ファッション・アミューズメントの
複合施設

Hoop

- 「ワザワザ」来たくなる趣味性・嗜好性の高いコンテンツ、時間消費型の高いコンテンツを集積
- 広域からの集客を図る

国内初

デジタルアクティビティ常設
複合アミューズメント施設

「CAPCOMIX」 2026年3月31日オープン

アミューズメント

スポーツ

ポップカルチャー

体験型イベント

Hoop Dining Court (フードコート)



モノ・コト・ヒトとの出会いが
暮らしを彩る「街のような場」

Kintetsu

あべのハルカス 近鉄本店



上質な暮らしのサポーター

2025年3月
リニューアル

足元商圈の顧客向けの「デイリーユース機能」と「学びの場」を兼ね備える



カフェ

食料品

雑貨

文化サロン



「ウェルビーイング」な生活をサポート

2025年7月
オープン

クリニック・調剤薬局に加え、医療、健康、食に関する情報発信も行う地域密着型医療モール

あべのウェルビーイングテラス

クリニック

調剤薬局

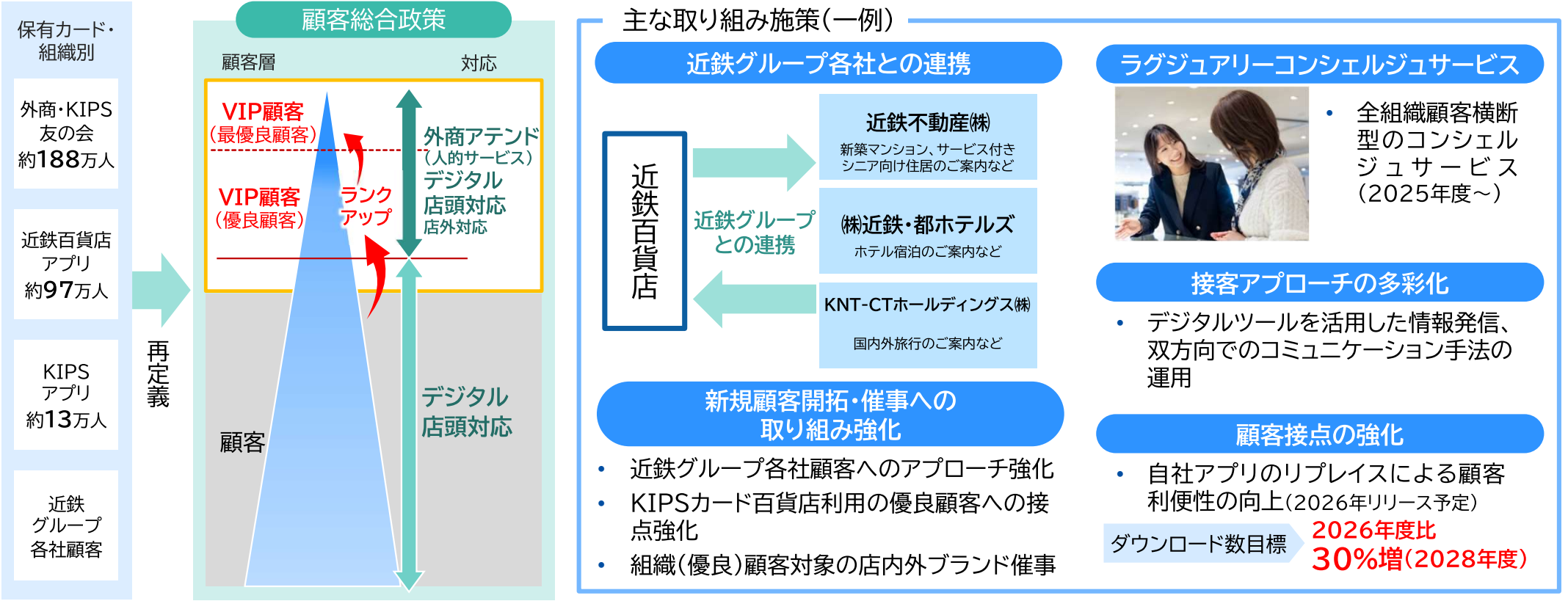
レストラン



重点施策 1. 「百貨店事業」への進化

全社顧客政策

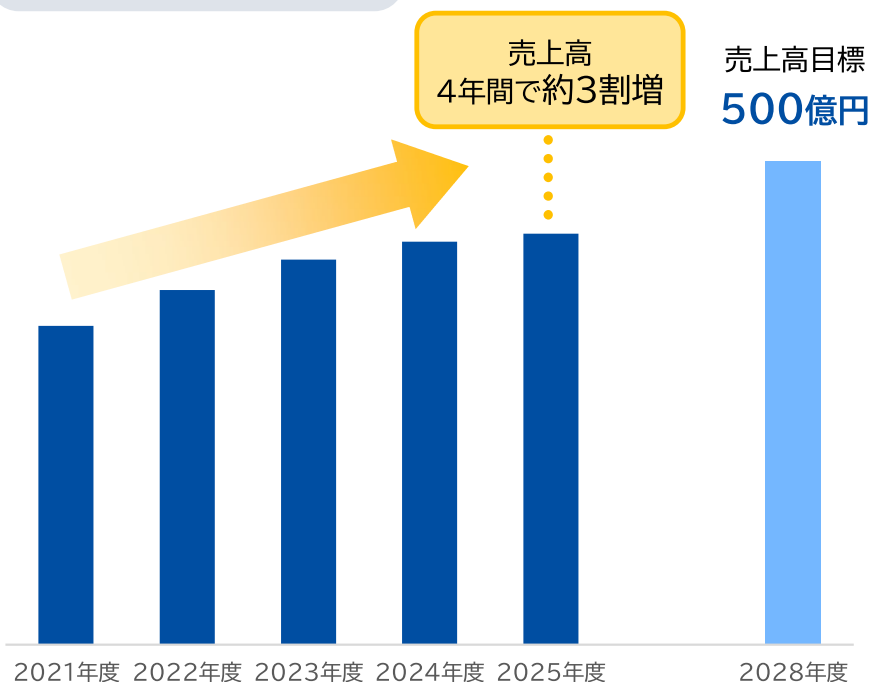
百貨店の組織別顧客(外商・KIPS・友の会)に加え、近鉄グループ各社の顧客を当社の顧客(候補)として再定義「顧客階層別」政策を外商組織を中心に推進



外商の強化

富裕層への対応を外商を中心に強化
新規顧客開拓の専任チームによる活動、若年富裕層開拓等に取り組み着実に成長

外商売上高



※収益認識会計基準適用前

主な取り組み施策(一例)

新規顧客開拓

- 新規顧客開拓専任チームによる活動推進
- 若年富裕層へのアプローチ強化

販売体制の強化

- チーム制のトライアル
- 外商員の専門知識獲得のための勉強会
- 人材の多様化(若手や女性外商員の配置)
- キャリア人材の採用

商品提案力強化

- 契約路面店、取引先ショールームとの連携・活用

チーム制



コミュニケーションの多彩化

- 近鉄百貨店アプリでの外商顧客向け情報発信
- LINE WORKSでのやりとり

重点施策 1. 「百価店事業」への進化

地域店の進化

「価値提供型」店舗へと進化&店舗構造改革の推進

■ 2025年度主な店舗の取り組み状況(一例)

四日市店

- 3月 「コクミンドラッグ」オープン(FC) **高収益**
- 5月 「グリーンコスメティックガーデン」オープン(FC) **高収益**

上本町店

- 6月 洋菓子売場の大型改装
(新オープン5ブランド、リフレッシュオープン14ブランド) **高収益**

生駒店

- 9月 「ニトリデコホーム」オープン **高集客**

和歌山店

- 10月 和歌山県内初の「ハンズ」オープン(FC) **高収益**

草津店

- 9月 立命館大学キャンパス内へ「ファミリーマート 立命館大学BKC/S店」(FC形態)出店
- 2026年2月 学校法人立命館との連携協定(2025年10月締結)の一環としてこども向けイベント「まなび@R」開催

地域店の店舗構造

高集客

- 上層階 サービス・オフィスの導入
- 中層階 専門店やテナント等の導入による品揃え幅の拡大、魅力度アップ

高収益

- 低層階 百貨店機能を集約
自主事業を活用し、デパ地下や上質なライフスタイルを提供



地域店の進化

「価値提供型」店舗へと進化&店舗構造改革の推進

集客力(来店頻度)の強化と、事業構造のさらなる見直しによる店舗の収益力向上

橿原店

- 食品売場に自主売場「おやつめぐり」を導入し、集客と収益を拡大(4月1日オープン)
- 上層階に集客力のある大型テナントを導入(6月予定)
- 6階に奈良県の貸展示室を導入し、時間消費の場を提供(8月予定)

→ 【2026年度目標】
店舗直接利益(※)……約13%増↑



和歌山店

- 低層階にFC形態売場を導入し収益力向上…「マリメッコ」県内初・「オンデーズ」県内初・「ガチャガチャの森」
- 商圈特性を活かし、「県内初出店」店舗を積極導入(「ジェラートピケ」)
- 駅前立地を最大限活かし、20~40代をターゲットとするMD強化

→ 【2026年度目標】
店舗直接利益(※)……約7%増↑



上本町店

- 食品売場を大規模リニューアル(4月順次オープン)
- 近鉄沿線で栽培された野菜、農産物や生産者こだわりの加工品などを販売する「ハルチカマルシェ」オープン(4月22日オープン)

→ 【2026年度目標】
店舗直接利益(※)……約6%増↑



※店舗直接利益:管理部門の費用を分担する前の各店舗の利益

その他、2026年度は上本町店、奈良店、生駒店、四日市店、草津店においても食料品売場の改装等を実施予定

1. 「百貨店事業」への進化
- 2. 新たな事業ポートフォリオへの種まき**
3. 将来への基盤整備
4. 「資本コストや株価を意識した経営」の実現

重点施策 2. 新たな事業ポートフォリオへの種まき

「くらしを豊かにするプラットフォーマー」という長期ビジョンのもと、
当社が有する「強み」や「コンテンツ」という資産を活用し、新たな事業ポートフォリオへの種まきを推進中



重点施策 2. 新たな事業ポートフォリオへの種まき

グループの強みや資産を活用し、ポートフォリオの多角化を推進、
将来を見据えた新たな「成長の柱」を生み出す

建装事業(近創)

いつも、技術+αで

KINSO

強み

近鉄百貨店100%子会社
空間づくりのプロフェッショナルとして、デザインや設計、施工管理から製造までこなす「一貫体制」
「器(空間)」で百貨店を支える

あらゆる空間の価値創造事業へと進化

■ グループ外からの顧客獲得推進

- ・ 東日本営業部の営業力強化
- ・ 新規領域として外資系企業へのアプローチ
- ・ 設計会社との関係強化 等

■ 人材確保による受注体制の強化

- ・ 現状130名体制→200名規模の体制を構築
- ・ 即戦力・資格保有人材の採用、継続的な新卒社員採用を実施

食品事業(ジャパンフーズクリエイト)

ジャパンフーズクリエイト

強み

近鉄百貨店100%子会社
生鮮サーモンの加工や近鉄百貨店での寿司・惣菜等の店舗運営、食品催事のプロデュースなど、「食」で百貨店を支える

■ 惣菜事業の拡大

- ・ 鶏中心の複合惣菜ショップ(鶏天ぷら・唐揚げ・創作焼き鳥等)を開発・出店
2026年4月:上本町店 → 以後近鉄百貨店地域店への出店を目指す
- ・ ハルカス本店「花紀行」で新メニューを随時展開

■ テイクアウト・飲食事業への参入(2028年度~)

近鉄百貨店以外に「寿司」「鶏惣菜」テイクアウト店舗と併設のスタンディングバー出店を目指す



1. 「百貨店事業」への進化
2. 新たな事業ポートフォリオへの種まき
- 3. 将来への基盤整備**
4. 「資本コストや株価を意識した経営」の実現

人的資本経営

様々な事業領域でその価値を最大限に発揮できる百「価」店人財を創出

社内環境整備

- 従業員が「働きたい」と思える環境整備
- 個々の生活習慣やライフステージに即した、**柔軟で持続可能な人事制度**を構築
- ますます加速する少子高齢化に向け**介護を見据えた働き方**へもいち早く対応

主な取り組み例

- 時短勤務制度(5～7時間まで勤務時間が選択可能)
- 育児による短時間勤務は子の小学校卒業まで取得可能
- 介護による短時間勤務は5年間取得可能
- 自身の傷病だけでなく家族の介護等を理由に特別休暇が取得可能
- 女性一般制服の廃止、服装の自由化
- フレックスタイム制度
- 時間単位での年次有給休暇取得
- 定年延長(段階的に65歳まで延長)
- ベースアップ(3年連続)、初任給のアップ

採用・人財育成

- 事業や職域の特性に対応するため、**人事制度の抜本的な改革**を実施
 - 2027年度スタート
- 各事業部門のニーズに基づき、必要な専門スキル・ノウハウを有する**キャリア人材採用を機動的に実施**
 - 外商・農業人材など、2025年度・7名のキャリア採用実施
- 新卒採用数の増加
 - 2025年度:38名 ● 2026年度:42名
- チャレンジ精神・経営マインドの革新的な組織風土の醸成等を目指し、**新規事業提案制度「近鉄イノベーションラボ」を実施**
2025年度からスタート
 - 応募者:29名
 - 入賞プランは事業化に向け検討中

外部評価・公的認証

- 「えるぼし」取得
女性の活躍推進に関する取り組みが優良な企業として認定



- 「健康経営優良法人」認定
優良な「健康経営」を実践している企業として認定



重点施策 3. 将来への基盤整備

DX戦略

すべての事業と実務領域においてDXへの取組みを加速し、新たな価値創出に寄与

		2025年度 実績【構築】	2026-2027年度 計画【深化】	2028年度 計画【価値創出】	
DX戦略 3本の柱	顧客とのつながり強化	グループ顧客データ基盤活用事例創出	グループ顧客データ基盤本格活用	近鉄商圏の顧客LTV最大化/ 新たなビジネスの創出	DX投資 2025-28年度 4ヶ年合計 約20億円～
	リアル店舗DX	事務ゼロ化に向けた業務整理 コラボレーション基盤整備 ・GoogleWorkspace導入 ・社員全員へスマートフォン貸与	事務ゼロ化の推進 地域店こそDX(OMO拡充) ・ハルカス本店の取扱い商品を地域店で購入できる仕組みの構築・拡大 ・スマホの活用 ・コミュニケーションの進化 ・業務効率化	事務ゼロ化とローコスト運営達成	
	ワークスタイル変革	生成AIとの協働促進	生成AIの定着とアプリ開発/人時生産性の最大化		
システム方針	シンプル化 スピード化 全体最適化	シンプル化 ・POSレジ操作の一部簡略化	スピード化 ・クレジットカードのタッチ決済 ・決済用端末の刷新	データセンターからクラウド化へ/セキュリティ環境の継続的な強化	

変革を担う「体制」構築と「個」の強化

全社のDXリテラシー向上

- 意識改革・マインド変革
- 階層別DX研修の体系化

DXを推進する人財の育成

経営層勉強会 年1回以上開催	DX推進責任者 21人任命	DX推進リーダー 累計:39名育成 ⇒ 目標:150人	専門人財 継続採用・育成
-------------------	------------------	--------------------------------	-----------------

近鉄百貨店の強みである「地域共創の実現」への更なる推進

地域とともに成長・発展する地域共創型の百貨店として、地域への社会貢献を推進してまいります

ESG方針 地域に寄り添い、地域と生きる

— 私たちは、地域社会の課題解決に取り組み、人と暮らしにやさしい社会を共創します —

え〜ことチョイス



農業事業

自社で生産、地域の価値向上・活性化

- 2023年からスタートした「いちご栽培」は、新たに規格外品をアップサイクルする6次産業化にも注力
生産から、加工・販売までを一貫して手掛ける
- 自社農場はるちかファームでは「マンゴー栽培」も着手
2025年初夏に出荷スタート

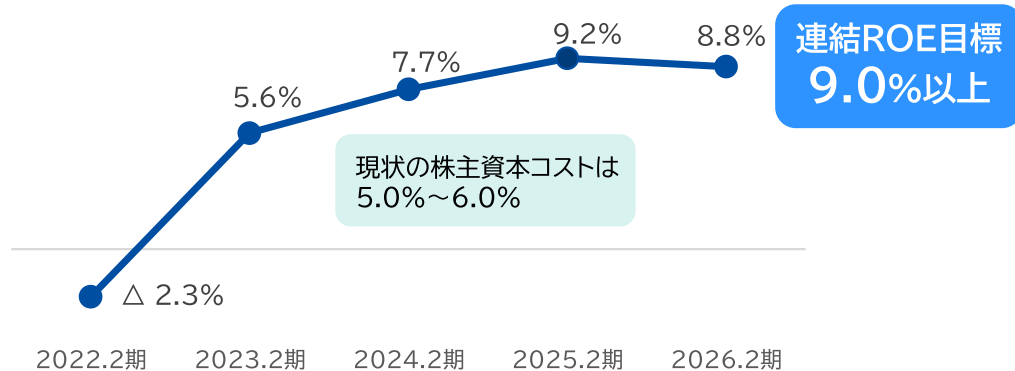


1. 「百貨店事業」への進化
2. 新たな事業ポートフォリオへの種まき
3. 将来への基盤整備
4. 「資本コストや株価を意識した経営」の実現

重点施策 4.「資本コストや株価を意識した経営」の実現

収益性向上と最適な株主還元を追求し、連結ROE9.0%以上を目指す

※新リース会計基準適用前



株主還元方針

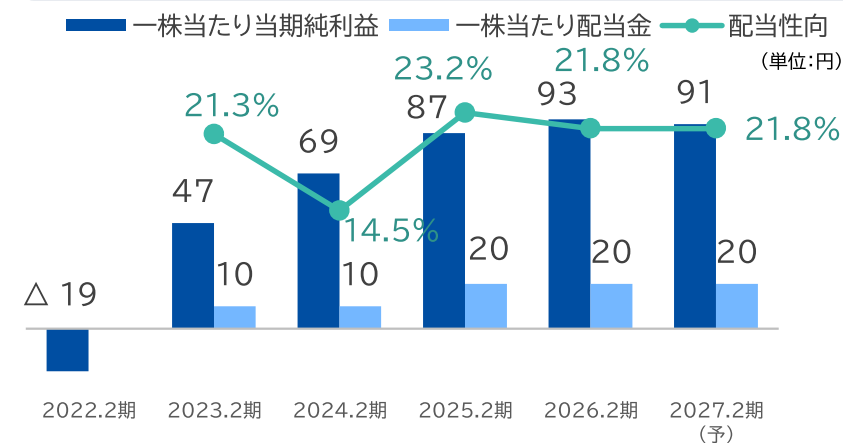
2025年度(2026年2月期)より、財務健全性を維持しつつ業績に応じた株主還元を強化する方針にシフト
*連結配当性向:30%目安

株主優待の利便性向上



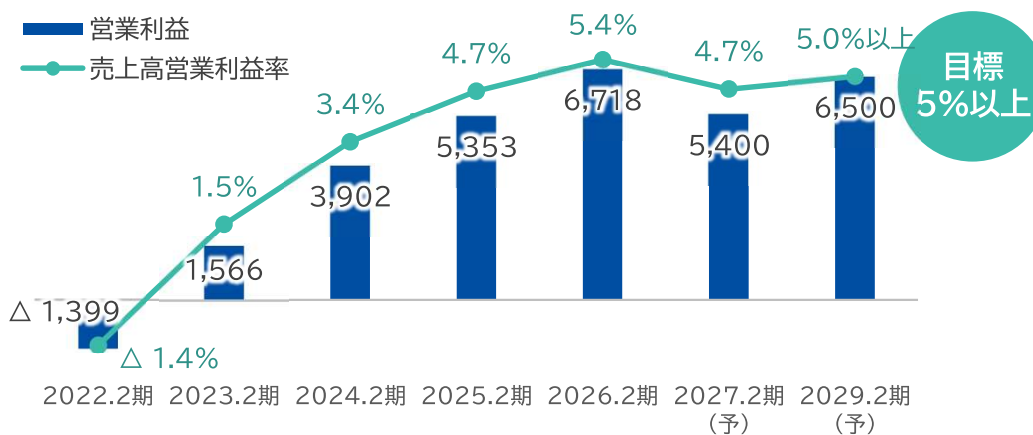
近鉄百貨店ネットショップでの株主優待利用を可能に (2025年11月~)

配当金



収益性向上

連結売上高営業利益率5%以上を目指す(2025年度達成) (単位:百万円)



スタンダード市場上場維持基準適合の取り組みは、計画より前倒しで完了しました (2025年2月28日時点において基準に適合したことを確認)

スタンダード市場上場維持基準への適合に関するお知らせ

当社は、2021年12月24日に「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」(以下、適合計画書)を開示しております。また、2023年5月25日および2024年5月23日に公表した「上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について」において、計画の進捗状況等について開示しております。

このたび、東京証券取引所から「上場維持基準(分布基準)への適合状況について」を受領し、スタンダード市場の上場維持基準に適合していることを確認いたしましたのでお知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準への適合状況

当社は、2024年2月29日時点において、スタンダード市場の上場維持基準のうち、「流通株式比率」について基準を充たしておりませんでした。

そのため、公表しました適合計画書に基づき各種取り組みを実施した結果、2025年2月28日時点においてスタンダード市場のすべての上場維持基準に適合いたしました。

		株主数 (人)	流通株式数 (単位)	流通株式時価 総額(億円)	流通株式比率 (%)
当社の 適合状況 および その推移	2021年6月30日 (移行基準日時点)	13,857	62,358	197	15.4
	2023年2月28日	21,357	75,844	188	18.7
	2024年2月29日	24,848	86,407	222	21.3
	2025年2月28日	31,494	107,600	231	26.6
上場維持基準		400	2,000	10	25
適合状況		適合	適合	適合	適合

※ 当社の適合状況およびその推移は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出したものです。

株式需給緩衝信託[®]からの自己株式の市場への売却は
終了しました(2026年3月3日)

2. 上場維持基準の適合に向けた取り組みの実施状況および評価

当社は、適合計画書に基づき、政策保有株主のご協力のもと立会外分売や3回にわたる株式需給緩衝信託[®]を活用した流動性向上施策を実施いたしました。また、株主優待制度の強化などにより当社株式の投資魅力向上に取り組んでまいりました。

適合計画書の計画期間は2027年2月末でありましたが、これらの施策が奏功し、前倒しで上場維持基準を充たすことができました。

今後も上場維持基準の適合を維持するため、中期経営計画の着実な実行により企業価値向上に努めてまいります。

株式需給緩衝信託[®]は野村證券株式会社の登録商標です。

以上



本資料に掲載している情報の一部には、将来の業績に関する記述が含まれています。
こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。
将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。

お問い合わせ先

株式会社 近鉄百貨店
広報・ESG推進部 kouhou@d-kintetsu.co.jp

